



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

“Calidad en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de  
Pizza Hut, Lince, 2019.”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE  
Bachiller en Ingeniería Industrial

AUTORES:

Gutierrez López, Dina Fabiola (ORCID: 0000-0002-0890-2194) -  
Jauregui Ortiz, Miguel Angel (ORCID: 0000-0001-8587-0483)  
Osorio Baca, Juan Daniel (ORCID: 0000-0002-2281-1176)  
Ramos Guerra, Lindsay Briggete (ORCID: 0000-0001-7675-0455)

ASESORA:

MSC. Delgado Montez, Mary Laura (ORCID: 0000-0001-9639-657X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema de gestión de la seguridad y calidad

LIMA – PERÚ

2019

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación, se lo dedicamos en primer lugar a nuestros padres, que gracias a ellos estamos estudiando, gracias a su apoyo y confianza en todo el trayecto de nuestro estudio universitario. Debido a ellos somos unas grandes personas día a día, y nos ayudaron a cumplir nuestros objetivos. También, se lo dedicamos a todos los que hicieron posible la realización de este trabajo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a nuestros padres por otorgarnos una buena educación, por estar pendientes en nuestra formación y enseñarnos buenos valores en nuestra vida diaria. También, a la Universidad Cesar Vallejo por tener considerables principios en aprendizaje académico y a nuestra asesora Mary Laura Delgado, por dedicarnos su tiempo y conocimientos para realizar este trabajo de investigación.

## Índice

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice.....	vii
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	9
II. MÉTODO.....	21
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	21
2.2. Población, muestra y muestreo .....	22
2.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	22
2.4. Procedimiento .....	23
2.5. Método de análisis de datos .....	26
2.6. Aspectos éticos .....	26
III. RESULTADOS .....	26
IV. DISCUSIÓN.....	39
V. CONCLUSIONES .....	42
VI. RECOMENDACIONES .....	44
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## RESUMEN

En este trabajo de investigación, la realidad problemática que se presenta a nivel internacional y nacional es la pésima calidad brindada en los servicios de comida rápida según los clientes. Por otro lado, la problemática local que presenta la empresa es la deficiencia en el servicio de atención al cliente por parte del personal. Por ello la presente investigación se propone investigar acerca de la calidad de servicio en la atención al cliente, explicando los conceptos básicos acerca de la calidad y sus características. Para la elaboración de este trabajo el método de recolección de datos que se empleó, fue el análisis documental que poseía la misma empresa, para así lograr el objetivo general de este trabajo que es describir cómo es la calidad en el servicio de atención al cliente en un restaurante de Pizza Hut del distrito de Lince. Donde el diagnóstico de la empresa se realizó a través del SPSS, evaluando 3 criterios, realizando la descripción de cada uno y representado el estado mediante gráficos. El primero de ellos, el cual fue que actualmente el nivel de servicio de la empresa se encuentra en un 94% indicando que se está cumpliendo con el estándar de calidad según el servicio pero hay pérdidas del producto debido a ser obsequian estos, el nivel de satisfacción se encuentra en un 97% cumpliendo con el estándar de calidad según la satisfacción del cliente pero se generan pérdidas económicas por productos devueltos y la eficacia se encuentra en promedio del 87% indicando que se necesita un mejor control a la hora de pronosticar las ventas del producto. Dando esto a entender que la empresa está en un buen camino para ser realmente una de las empresas altamente reconocidas por su excelente servicio en atender al cliente, cumpliendo con sus expectativas y dejándolo muy satisfecho con lo brindado.

Palabras claves: Calidad, Servicio, Atención al cliente.

## ABSTRACT

In this research work, the problematic reality that is presented at international and national level is the poor quality offered in fast food services according to customers. On the other hand, the local problem presented by the company is the deficiency in customer service by staff. Therefore, this research aims to investigate about the quality of service in customer service, explaining the basic concepts about quality and its characteristics. For the elaboration of this work the method of data collection that was used, was the documentary analysis that the same company possessed, in order to achieve the general objective of this work that is to describe how is the quality in the customer service in a Pizza Hut restaurant in the Lince district. Where the diagnosis of the company was made through the SPSS, evaluating 3 criteria, making the description of each one and representing the status through graphics. The first one, which was that currently the level of service of the company is 94% indicating that the quality standard is being met according to the service but there are losses of the product due to being given these, the level of Satisfaction is 97% complying with the quality standard according to customer satisfaction but economic losses are generated by returned products and the efficiency is on average 87% indicating that better control is needed when forecasting sales of the product. Giving this to understand that the company is in a good way to really be one of the companies highly recognized for its excellent service in serving the customer, meeting their expectations and leaving him very satisfied with what was provided.

Keywords: Quality, Service, Customer Service.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, a nivel global el consumo de comida rápida se ha transformado en una clase de vida, el cual se ve reflejado cuando crecen las exigencias de los clientes. Es necesaria la calidad en el servicio en las empresas debido que se presentó en el entorno una alta competitividad que prestan el mismo servicio de comida rápida pero no ofrecen la misma calidad sobresaliente a la complacencia de los clientes y ser la base de una posición de oportunidad para las empresas. Siendo imprescindible las exigencias, expectativas o deseos de los clientes para propagar ventajas competitivas. Ya que los clientes reclaman constantemente lo mejor en su atención, preferencia o requerimiento. Dado que, la calidad de atención es brindar las preferencias al cliente, sin embargo, se descuida la formación del empleado al tratar de mejorar los principios del servicio. Es decir, el trato al público, la comunicación, quejas, entre otros, para el crecimiento del personal el cual es el principal abastecedor que brinde las expectativas y percepciones que desee el cliente.

Anteriormente, se ofrecía servicios muy poco establecidos, por ello al pasar los años gracias al avance de estudios técnicos, la tecnología y el desarrollo del mercado para poder adaptarnos y dirigirnos mejor al cliente.

Usualmente los establecimientos de comidas rápidas se han formado y planificado proyectos de franquicia, donde se posiciona una marca en el mercado. Hoy en día, su consumo ha ido incrementando en el mundo. Por otro lado Arbaiza et al. (2014), se señalan los continentes de América en 47%, Asia- Pacífico 36% y Europa el 17% debido a que por proveen comida rápida.

A nivel nacional (Perú), el sector de comida rápida empieza en el periodo de los 80 con los ingresos de Pizza Hut y KFC, entraron al país por la compañía Delosi, y desde ese instante ha tenido un crecimiento continuo, posicionándose fácilmente en el mercado peruano. El ascenso del grupo se produjo en los 90, teniendo cada vez más mayor demanda en el país, siendo un moderno tipo de economía nacional. Por aquel momento, hubo cambios importantes beneficiando a los sectores privados, a lo cual condujo a aprobar la ley de promoción de inversiones extranjeras originando situaciones convenientes, como las asociadas a la comida rápida.

Según L. Arbaiza, M. Cánepa, Ó. Cortez, G. Lévano (2014) dicen que:

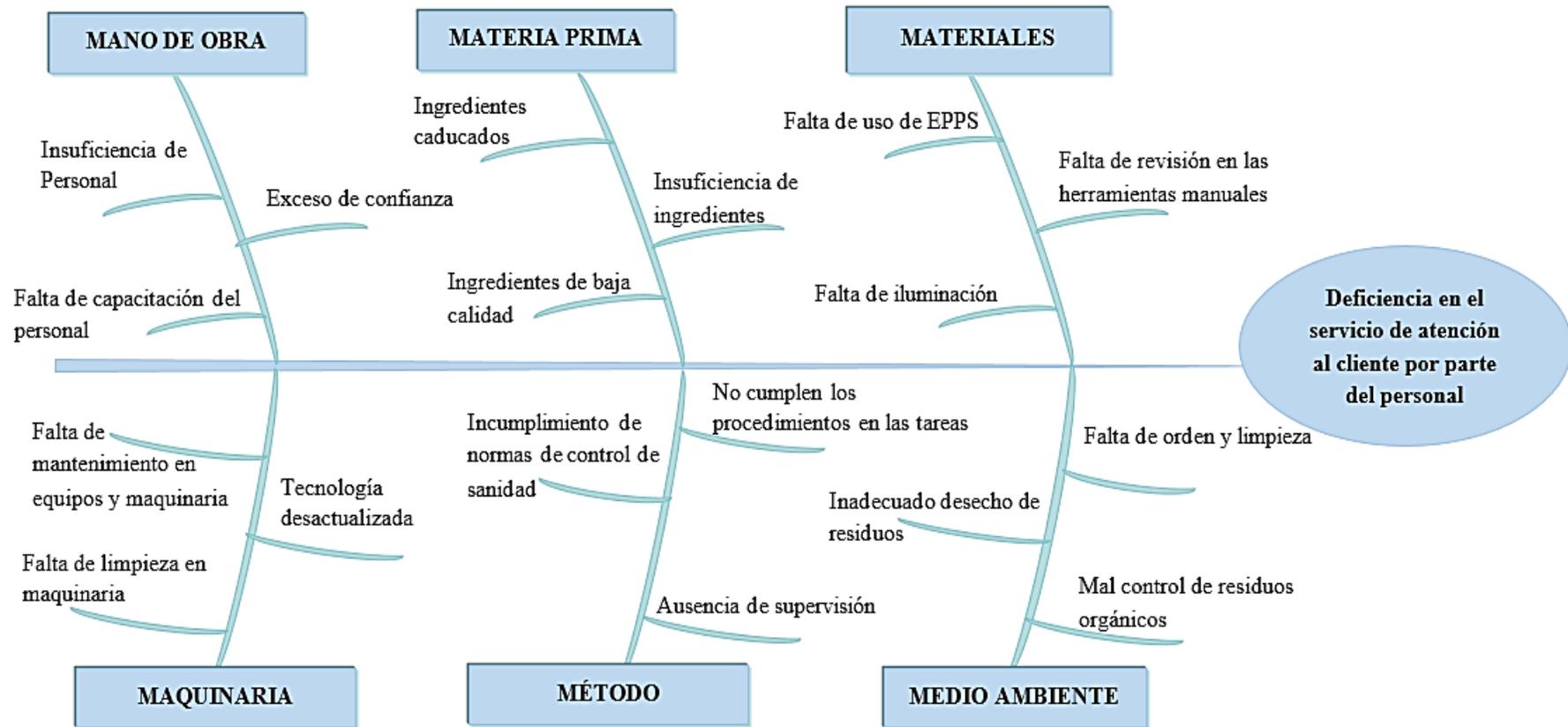
En 1993 entraron al Perú las fundamentales cadenas de comida rápida a nivel mundial como Burger King, Taco Bell, Domino's Pizza y McDonald's; además, al dicho año en el país se estaba creando la marca peruana Bambos. A los posteriores años entraron nuevas empresas internacionales como China Wok, Papa John's y Telepizza y Popeye's, comprendiendo en el 2012 un total de 274 tiendas. (p.23).

En este sentido una de las empresas más conocidas, antes de que entraran al Perú las anteriores mencionadas, es Pizza Hut, que es una empresa que pertenece al rubro de elaboración, comercialización y servicio de comida rápida. En la cual uno de sus restaurantes está localizado en el distrito de Lince, donde se va a realizar la presente investigación.

Existen causas fundamentales que presenta "Pizza Hut", una de ellas, es la mala selección de personal por el área de recursos humanos. Por otro lado, está la falta de personal en las digitadoras en el proceso de registrar el pedido del cliente. También la falta de personal (producción). Así mismo, la falta de capacitación del personal en el área producción periódicamente, como en la atención al cliente. Por último, la poca paciencia y mal trato del personal al brindar alguna información. Con todas estas causas, se puede decir que la problemática que presenta dicha empresa es la deficiencia en el servicio de atención al cliente por parte del personal, y esto se evidencia cuando se generan largas colas de espera para el cliente al momento de realizar su pedido. También, que los pedidos de los clientes no estén en el tiempo establecido, y que el cliente se enfade por esperar demasiado tiempo en el proceso de recibir el producto terminado (pizzas). Y por último, que disminuya el prestigio y la imagen de la empresa, como también perdiendo competitividad en el mercado y generando pérdidas en la empresa. (Vea la figura N°1)

Mediante esta investigación, se busca aportar conocimiento sobre la atención al cliente, siendo el objeto de estudio.

- Figura N° 1: Diagrama Ishikawa de la problemática del servicio de atención al cliente por parte del personal



Fuente: Elaboración propia

Pues bien, la investigación también se tuvo a considerar trabajos previos que estén relacionados con el tema desarrollado en este trabajo de investigación. Se tienen los siguientes:

- ISUIZA (2017) realizó un estudio sobre “Mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del método PDCA en la empresa NETCALL PERÚ S.A.C, Santa Anita, 2017”. Se hizo esta investigación a causa de los problemas de calidad en la atención del cliente que se generaba en los establecimientos de la empresa, esto se produce por problemas de información asimétrica que se genera por la aparición de riesgos morales y selección adversa. Tuvo como objetivo determinar como la aplicación del método PDCA mejora la Calidad de Atención al Cliente de las tiendas propias franquiciadas de Entel. Para ello, se implementó el método PDCA o Ciclo Demming, esto se basa en realizar un énfasis referencial de todas las necesidades de la empresa. Asimismo, se utilizó el método de TQM enfocándose en la mejora continua, comprometiendo a todas las áreas de la organización, para de esta manera llegar alcanzar la calidad total. Por ello, se propuso un cronograma de capacitaciones, donde se debe reforzar las necesidades que se presentan en la empresa. Mejorar el Head Count, aumentando puestos de trabajo y más asesores en los establecimientos. Coordinar mejor los tiempos de servicio, tiempos de refrigerios y descansos. El nivel de investigación fue explicativo, con diseño experimental. Se obtuvo como resultado que la Gestión de la Calidad (TQM) en los procesos en las tiendas de Entel se ha logrado incrementar hasta un 93%, gracias a un plan de trabajo desarrollado, de capacitaciones como auditorías a todos los colaboradores en las distintas atenciones, se ha mejorar bastante en los tiempos de atención e información que se le brinda al cliente. El estudio concluye que, la satisfacción mejora gracias a la aplicación del método PDCA, debido a que antes de su aplicación se puede analizar que la satisfacción era del 74% y ésta se incrementó a 85%, esto nos indica que la satisfacción después de ejecutar el método PDCA, obtuvo un progreso de 11 puntos porcentuales, garantizando su efectividad para ser ejecutada a distintos grupos de población.

- MERINO (2019) en su tesis “Implementación de la metodología 5s para mejorar el despacho en una empresa comercializadora de aves en la ciudad de Lima”. Se realizó esta tesis con la finalidad de mejorar los problemas en el área de despacho, debido a la falta de limpieza y orden, funciones rotativas del personal de despacho, mala distribución de planta. En consecuencia, se tiene una demora en la entrega de pedidos, perjudicando al cliente y la imagen empresarial. Tuvo como objetivo explicar la mejora del despacho de aves mediante la implementación de las 5“S”. Para ello, se implementó el método de las 5 “S” que consiste en seleccionar los elementos a usar, orden cada cosa en su lugar (lo que se necesita y donde se necesita), limpieza del área de trabajo asignado a un responsable, estandarizar las tareas en cada etapa del trabajo y cumplir con los procedimientos o estándares establecidos en la zona de despacho. El nivel de investigación explicativo, de diseño no experimental. Teniendo como resultado una mejora de un 51% mediante la implementación de las 5“S” para el área de despacho, asimismo se incrementó la mejora en todos los procesos de la empresa. Se concluyó que mediante el compromiso y la capacitación que reciben los trabajadores se pudo llegar al mejoramiento de la línea de producción e incrementar la satisfacción del cliente.
- QUIROZ (2019) en su investigación “Implementación de la Metodología PHVA para incrementar la Productividad en una Empresa de Servicios”. Se realizó esta investigación a causa de los problemas que afectan a una empresa que terceriza sus actividades, debido a la alta rotación, el ausentismo y falta de calificación de los operarios. Esto origina las quejas y reclamos por parte de los responsables de la empresa clientes, los cuales manifiestan su incomodidad e insatisfacción con el servicio contratado. Tuvo como objetivo determinar si la implementación de la mejora continua aplicando la metodología PHVA en la Empresa de Servicios, permite incrementar la productividad del servicio de operaciones que brinda al cliente. Para ello, se utilizó la metodología PHVA aplicando herramientas como: Una hoja de registro de datos o verificaciones, histogramas, lluvia de ideas. Con estos se realizó una planificación basada en mejorar el control de proceso, capacitando a los empleados para fortalecer sus conocimientos y mejorar sus habilidades. El nivel de investigación es explicativo, de diseño no exploratorio.

Tuvo como resultado un incremento en el tiempo de cumplimiento de cada orden, sobrepasando la meta determinada de 95% a partir del 3 mes. Se concluyó que, la aplicación de la mejora continua utilizando la metodología PHVA en una Empresa de Servicios, permite mejorar la productividad del servicio de operaciones que brinda al cliente, de 1.67 a 2.67. Asimismo, la aplicación de la mejora continua utilizando la metodología PHVA en la Empresa de Servicios, permite mejorar la eficacia del servicio de operaciones que brinda al cliente, de 72% a 94%.

- GARZA, JIMENEZ, Y SALINAS (2012) realizo un estudio sobre “Mejorando la Satisfacción del Cliente en una Empresa de Promoción de Ventas a través de la Implementación de un Sistema de Calidad Basado en las Dimensiones Relevantes del Servicio”, México. Se realizó esta investigación debido a un desempeño deficiente a nivel de la industria, esto origina caída de ventas, pérdida de oportunidades, déficit de un plan de acción para la mejora continua en el servicio. Tuvo como objetivo reducir a un 35% la deserción de clientes actuales en una compañía de promoción de ventas a través del diseño e implementación de un sistema de mejora en la calidad del servicio que permita mejorar los indicadores de satisfacción del cliente. Para ello, se elaboró un análisis de calidad (QFD) definiendo las características del servicio y elaborando planes de acción como: evaluar al personal necesario para cada actividad, documentar procesos de soluciones, capacitar a todo el personal incluyendo a los supervisores de cada área. Nivel de investigación explicativa, con diseño experimental. Tuvo como resultado, un aumento general en todas las dimensiones a exclusión de tangibles. Comenzando por la empatía que aumento en 18%, al igual que la seguridad en que se desenvuelven los empleados con un incremento del 9%. Asimismo, la confiabilidad de los trabajadores se incrementó en 3% y finalmente como producto de ese los Tangibles obtuvieron un 12% de decremento. Se concluyó que, al aplicar las acciones constituidas en el QFD y las derivaciones positivas de las herramientas utilizadas, se elaboró un manual de calidad donde se basa en la norma ISO9001-2008, genera un incremento en la competitividad, mejora los tiempos en los procesos y servicio al cliente.

- BEROVIDES (2012) en su investigación “La gestión de la calidad en una empresa de pastas alimenticias”. Tuvo como objetivo diseñar un procedimiento para la realización e implementación del sistema de gestión de la calidad-inocuidad en una empresa de pastas alimenticias”, Cuba. Esta investigación se realizó debido a los problemas que se presentaban en el área de producción, ya que existía un alto índice de productos defectuosos debido a las características físicas de las materias primas, asimismo, existía fallas a la hora de embalar los productos y por las especificaciones de estos. Tuvo como objetivos específicos determinar los problemas que afectan la calidad en la elaboración de pastas alimenticias, desarrollar procedimientos para el diseño del sistema de gestión de la calidad-inocuidad y aprobar parcialmente el procedimiento elaborado. Para ello, se implementó el sistema de gestión de calidad-inocuidad realizado en base a la norma ISO 9001, analizando el peligro y puntos de control críticos. También se utilizó, una lista de chequeos de fallas, esquemas de cajas, esquema de pastel, para elaborar un mejor procedimiento teniendo como fin productos de buena calidad, que cumplan con la satisfacción de los consumidores. El nivel de investigación Explicativa, con diseño experimental. Tuvo como resultado el 75% de realizar los procedimientos del SGC-I implementado, este valor se refleja alto debido a que el sistema todavía tiene pocos meses implementados. Asimismo, se incrementó un 5% en la gestión de capital humano y mejora continua. Se concluyó que las causas afectan la calidad en la producción y la insatisfacción del cliente, por ello, se elaboró el procedimiento para el diseño e implementación del sistema de gestión de la calidad.

Con la finalidad de entender y analizar el tema tratado, se realizó una búsqueda para ubicar las teorías que proporcionen definiciones de la formulación del trabajo de investigación, que se presentan a continuación:

- La calidad, comprende en complacer las peticiones y deseos del cliente, cumpliendo con las condiciones de producto o servicio, superando las perspectivas que tienen los usuarios y realizando bien las actividades que se deben hacer desde el comienzo. (Uribe, 2013, p.336)

- Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985, p.47) mencionan que existen 5 dimensiones esenciales que los clientes utilizan para valorar el nivel de calidad de una empresa de servicios, los cuales son:
  - La fiabilidad, consiste en cumplir y respetar lo que se le propuso al cliente, así como otorgar el servicio estipulado y también los niveles precisos requeridos.
  - La tangibilidad, se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, el personal, los equipos y también los materiales de comunicación.
  - La capacidad de respuesta, esta dimensión se enfoca en la disposición o disponibilidad que la empresa de servicio brinda en el tiempo correspondiente, también realizando operaciones rápidamente y atendiendo las demandas con rapidez.
  - La empatía, es más que solo simple cortesía, esta dimensión consiste en satisfacer las expectativas del cliente, pero poniéndose en el lugar de este para poder hacerlo correctamente.
  - La seguridad, es definida como el conocimiento, la atención y la cortesía mostrada por los empleados y hasta dónde llega la capacidad de la empresa o compañía para transmitir confianza y credibilidad.
  
- El servicio siendo este un proceso es la generación de un bien que no es tangible pero que brinda confort al cliente. (Fontalvo, 2010, p.23),
  
- El nivel de servicio es la expectativa de poder cumplir con la satisfacción y demanda del consumidor sin tener retrasos o una pérdida de venta. También, esta representa el nivel de satisfacción del cliente. Es esencial que se llegue al nivel establecido, sin sobrepasar los costos. (Schalit y Vermorel, 2018, p.2)

- Según Thompson y Sunol (1995, p.127), la satisfacción al cliente es un resultado de gran importancia en la prestación de servicios de buena calidad, ya que tiene una influencia decisiva en el comportamiento o trato que da la empresa al cliente. Es primordial en cualquier sector que pertenezcan las empresas. Debido a que el cliente evalúa si el servicio y si los requisitos son correctamente brindados, pero a veces, aunque se acuerden los requisitos con el cliente y estos se cumplan, esto no significa que la satisfacción al cliente se está dando de un nivel elevado y adecuado.
- Según Armstrong y Kotler (2013, p.14), el nivel de satisfacción del cliente, es la medición del desempeño observado del producto y de las perspectivas del cliente. En caso de que el primero sea menor al segundo, significa que el comprador no está satisfecho. Por otro lado, si es igual, si lo estará. Las investigaciones indican que, si el nivel de satisfacción es superior a lo que espera el cliente, más grande será su fidelidad, que esto también produce que el desempeño de la empresa sea mayor.
- La eficacia es la relación entre objetivos logrados y resultados propuestos, esto quiere decir que, con la realización de un conjunto de acciones que nos lleven a cumplir las metas propuestas. También, es la medida en que conseguimos los resultados u objetivos. La eficacia es hacer lo apropiado para llegar a conseguir los objetivos planteados a priori. (Reinaldo o. da silva., 2018, p.3).
- Según Sainz de Vicuña (2016, p.54), cliente es quien consume el producto o utiliza el servicio, ya sea de forma directa o indirecta. Ya que, es a quien va dirigida la empresa para así satisfacer adecuadamente a las necesidades y expectativas del cliente con una excelente calidad.

Entonces, teniendo en cuenta la problemática de este proyecto de investigación, se formula la siguiente interrogante: ¿Cómo es la calidad en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?

Además, se tendrán algunos problemas específicos:

- ¿Cómo es el nivel de servicio en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?
- ¿Cómo es el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?
- ¿Cómo es la eficacia en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?

Todo trabajo de investigación requiere de razones para su justificación, por ello se han tomado las siguientes justificaciones que se relacionan con el presente tema tratado:

- La justificación económica de la presente investigación será de mucha ayuda a nivel económico porque una vez determinadas los factores en el cual el cliente no se siente del todo satisfecho se podrán crear estrategias que aumenten la calidad del servicio, optimizando la rentabilidad e incrementando los niveles de participación de ventas de la empresa, así como, también los costos y márgenes de rentabilidad.
- La justificación social de esta investigación se basa en conocer cómo se brinda un servicio de atención al cliente de calidad a la comunidad, ya que esto no solo beneficia a la empresa y al cliente, sino también a la sociedad en general. Además, la satisfacción del cliente es un asunto de suma significación actualmente para toda empresa u organización, ya que al conocer las expectativas que tiene el cliente, se identifican los defectos que se deben corregir; para así crear y fortalecer una lealtad con ellos.
- La justificación práctica de la presente investigación, es que se desarrolla con el propósito de aportar los principales motivos que inciden para resolver en las empresas que es poner en práctica la ejecución de las condiciones y expectativas que son sugeridas por el cliente. Siendo así como primordial objetivo la mejora

continua en todos los procesos y procedimientos para brindar un servicio o elaborar un producto. En este contexto, puede beneficiarse en el rubro de alimentos, textil y transporte, ya que se llegó a la conclusión de que el estudio realizado tuvo una gran acogida debido a que logro mejorar el problema.

- La justificación teórica de esta investigación, es que contribuirá para incrementar el grado satisfacción de los clientes mediante un control de calidad; de la misma manera, mostrará métodos, conocimientos y herramientas que aporta la ingeniería industrial. Asimismo, los resultados obtenidos de este estudio se podrán utilizar en proyectos de gestión de calidad y competitividad, además como referencias teóricas, dadas que se utilizó teorías de autores con alta experiencia y reconocidas a nivel internacional.
- En la justificación metodológica del trabajo se identifica la relación de dos variables: control de calidad y satisfacción de los clientes, es por ello que se requiere conocer y estudiar todos los procesos de la empresa, para ejecutar las mejoras correspondientes mediante estrategias. Se justifica de manera metodológica ya que se emplea instrumentos de medición validados de manera estadística, también, se utiliza herramientas para medir el servicio de calidad y la satisfacción para este tipo de rubro, así como por juicios de profesionales expertos en los procesos estudiados.

En atención al problema general de esta investigación se tendrá como objetivo general: Describir cómo es la calidad en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019; y también los objetivos específicos que consisten en:

- Analizar cómo es el nivel de servicio en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.
- Analizar cómo es el nivel de satisfacción del cliente en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.
- Analizar cómo es la eficacia cliente en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.

A continuación, se presenta la hipótesis general del trabajo de investigación; La calidad en el servicio de atención influye de manera positiva a la empresa. Y las hipótesis específicas:

- El nivel de servicio influye de manera positiva a que el cliente consuma nuevamente en la empresa.
- El nivel de satisfacción influye de manera positiva a que el cliente recomiende la empresa.
- La eficacia influye de manera positiva a que el cliente tenga una mejor imagen de la empresa.

Para un mejor resumen acerca del problema, objetivo e hipótesis, se presentará la siguiente matriz de coherencia:

Tabla N° 1: Matriz de Coherencia

<b>MATRIZ DE COHERENCIA</b>		
<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>
¿Cómo es la calidad en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Describir cómo es la calidad en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	La calidad en el servicio de atención influye de manera positiva a la empresa.
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicos</b>
¿Cómo es el nivel de servicio en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Analizar cómo es el nivel de servicio en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	El nivel de servicio influye de manera positiva a que el cliente consuma nuevamente en la empresa.
¿Cómo es el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Analizar cómo es el nivel de satisfacción del cliente en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	El nivel de satisfacción influye de manera positiva a que el cliente recomiende la empresa.
¿Cómo es la eficacia en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Analizar cómo es la eficacia cliente en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	La eficacia influye de manera positiva a que el cliente tenga una mejor imagen de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de estudio por finalidad de la presente investigación es aplicada ya que satisface a la sociedad según los resultados, haciendo uso de conocimiento para resolver problemas reales de modo inmediato. Jiménez (1998, p.14), si el problema se manifiesta de forma directa con la práctica social y dan soluciones que logren emplearse, la investigación es aplicada.

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo porque se centra en explicar la variable y características de ello. También busca detallar propiedades y cualidades fundamentales de cualquier fenómeno que se estudie. Especifica tendencias de un sector o población. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.92), busca determinar propiedades y características principales de algún fenómeno analizado.

El enfoque de esta investigación es cuantitativa, debido a que se lleva a cabo muchas observaciones y se evalúa la naturaleza de los fenómenos que afectan a la problemática, permitiendo crear supuestos o pensamientos, que, a partir de los datos percibidos, se demuestran si son ciertas. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.4), se emplea la recolección de datos para justificar las hipótesis en relación de las mediciones numéricas y estadísticas, para fijar patrones de conducta y demostrar teorías.

El diseño de la investigación es no experimental ya que la calidad no es una variable manipulada, solo se observa la ocurrencia del fenómeno en la realidad, a través de la visita en campo; y transaccional porque solo se recopilan los datos una sola vez. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.152).

## 2.2. Población, muestra y muestreo

Para Núñez (1984, p.19), la población es un grupo de individuos o conglomerados que tienen características similares, pero que pueden ser sujeto de estudio. La población está constituida por todos los pedidos de los clientes en el restaurante, para el estudio se determinó por fuente directa de la empresa. Esto es verificable mediante las facturas de ventas diarias.

Para Chávez (1991, p.164), la muestra es una parte de la población, que permite expandir sobre ésta, los resultados de un estudio. Es la formación de unidades, dentro de un todo, que tiene por objetivo formar las observaciones (objetos, sujetos, situaciones y fenómenos), como porción de una población. Su finalidad básica es sacar datos que resulta inalcanzable estudiar en la población, ya que ésta abarca la totalidad. El tamaño de la muestra estará formado por los 30 días de atención en la empresa Pizza Hut, lince 2019.

## 2.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica que se utilizó fue el análisis documental que poseía la misma empresa “Pizza Hut”, acerca de los registros de ventas diarias de las pizzas.

También Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.199), explican que un instrumento de recolección de datos, es el medio empleado por los investigadores con el fin de patentar la información o los datos según la variable del tema tratado. Entonces, el instrumento que se utilizó para recolectar estos datos, fue una matriz donde colocábamos los datos que requeríamos como las pizzas vendidas, pizzas obsequiadas, entregadas, pizzas devueltas, resultados alcanzados y resultados obtenidos, para poder obtener el nivel de servicio, el nivel de satisfacción y la eficacia. (Vea anexo N° 3, 4 y 5).

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.200), la validez es el grado en que un instrumento mide realmente la variable. La validez de esta investigación es de criterio o juicio de expertos, ya que se constituye al relacionar los puntajes de los resultados alcanzados con los puntajes conseguidos de un criterio externo, estos deben medir lo

mismo. Estos instrumentos utilizados en este trabajo de investigación están validados por Magísteres e Ingenieros Industriales de la Universidad Cesar Vallejo. (Ver Anexo 9)

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.200), la confiabilidad es el grado que el instrumento obtiene soluciones firmes y razonables. Esta confiabilidad se basa en el servicio de atención al cliente en el restaurante de “Pizza Hut”; ya que en primer lugar se realizó una prueba piloto de los tres instrumentos, la cual se llevó a campo y se verificó si funciona, para poder recolectar los datos que se necesitan de manera eficiente.

#### 2.4. Procedimiento

Esta investigación se desarrolló orientado en el restaurante Pizza Hut. Se desarrolló una entrevista con el gerente de tienda, quien permitió el acceso para ejecutar el estudio respectivo del lugar. Gracias a esto, se obtendrá un mejor conocimiento de la empresa en el mercado, aumentando su grado competitivo en relación con otras sucursales. Además, se usaron técnicas estadísticas para el procesamiento de la información y así como herramientas, técnicas y métodos de otras disciplinas, como las normas de calidad y la metodología de la mejora continua. También, se tuvo acceso a información de fuentes secundarias siendo artículos, revistas, libros, tesis, tanto físicas como virtuales. De la misma forma, se tiene repositorios virtuales de instituciones y universidades especialistas en el tema. Todo esto, para determinar las percepciones de los clientes de Lince en relación al servicio ofrecido por la empresa de comida rápida a fin, de establecer y valorar la calidad, el nivel de servicio, el nivel de satisfacción y la eficiencia que brindan.

Gracias al gerente que brindó la información requerida para este trabajo de investigación, se recolectaron los datos en los instrumentos diseñados para cada indicador, y se explicara de la siguiente manera como se recogieron estos datos:

- En primer lugar, para poder medir el nivel de servicio se utilizó los datos diarios registrados de las ventas de las pizzas vendidas y de las pizzas obsequiadas. Las pizzas obsequiadas se dan por la misma empresa, cuando se entrega fuera del tiempo establecido en el que el cliente debería recibir su producto (pizza), esta cantidad se da a conocer gracias los recibos que figuran con monto S/.0 o que se

les reduce el precio del monto original. (Ver Anexo N° 3), generando pérdidas económicas.

- Para poder medir el nivel de satisfacción del servicio, se utilizó los datos diarios de las pizzas que se entregaron y de las pizzas que fueron devueltas por el cliente. Los datos de las pizzas que fueron devueltas por el cliente se recolectaron gracias al registro de las quejas que hicieron los clientes debido a que las pizzas no se les entrega en buenas condiciones, ya sea porque no esté cocinada perfectamente o esté malograda, generando pérdidas económicas a la empresa. (Ver Anexo N° 4).
- Para medir la eficacia, se utilizó los datos diarios de las pizzas vendidas y las pizzas que se programan vender. Se tiene pronosticado sobre las pizzas que se pueden vender cada día del mes, entonces de este pronóstico se sacaron los datos que se requerían a parte de los registros de las pizzas vendidas cada día del mes. (Ver Anexo N° 5).

Es importante medir en calidad de servicio cada una de las que se mencionaron anteriormente, para entender mejor acerca de esto, se presentara la matriz a continuación:

• Tabla N° 2: Matriz de Operacionalización

MATRIZ DE OPERACIONES DE VARIABLE					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad de servicio	La calidad, comprende en complacer las peticiones y deseos del cliente, cumpliendo con las condiciones de producto o servicio, superando las perspectivas que tienen los usuarios y realizando bien las actividades que se deben hacer desde el comienzo. (Urbe, 2013, p.336)	Se define como el porcentaje de los pedidos que la empresa es capaz de atender dentro de un plazo determinado. Por tanto, representa el grado de satisfacción de los clientes.	Nivel de servicio	$N_s = \frac{P_v}{P_v + P_o} \times 100$ <p> <math>N_s</math> = Nivel De Servicio  <math>P_v</math> = Pizzas Vendidas  <math>P_o</math> = Pizzas Obsequiadas                 </p>	Razón
		La satisfacción del cliente se puede entender como el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.	Nivel de satisfacción	$N_{st} = \frac{P_e}{P_e + P_d} \times 100$ <p> <math>N_{st}</math> = Nivel De Satisfacción  <math>P_e</math> = Pizzas Entregadas  <math>P_d</math> = Pizzas Devueltas                 </p>	Razón
		La eficacia es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción	Eficacia	$E = \frac{R_a}{R_o} \times 100$ <p> <math>E</math> = Eficacia  <math>R_a</math> = Resultados Alcanzados  <math>R_o</math> = Resultados Obtenidos                 </p>	Razón

Fuente: Elaboración propia

## 2.5.Método de análisis de datos

En esta investigación el método que se utilizó es el estadístico descriptivo, con el propósito de describir el estado de la variable. Según Hernández (2012, p.12), el estadístico descriptivo posibilita detallar la realidad analizada, describiendo de manera adecuada el comportamiento de la variable.

## 2.6.Aspectos éticos

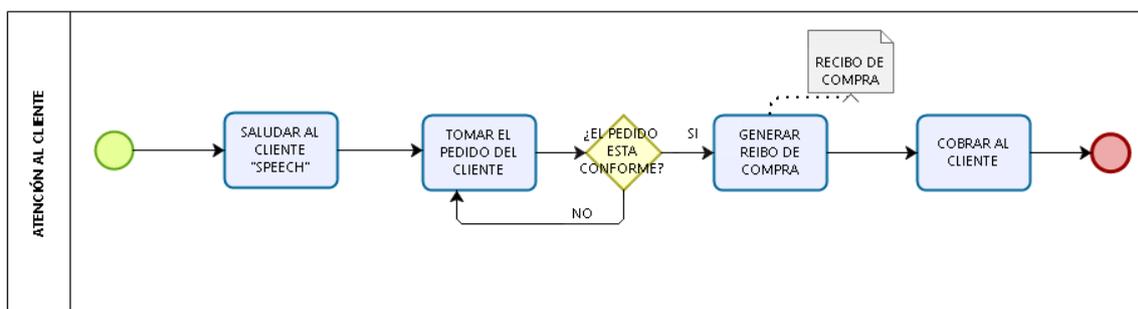
La indagación de la investigación es oficial. Dentro de este trabajo se respeta la cualidad única y pensamientos de las referencias que se emplearon y solo se facilita información concurrente para asuntos normativos académicos. Por ello, se solicitó un permiso y consentimiento por parte de la empresa, para que nos brindaran la información que necesitábamos para realizar este trabajo. (Anexo 7)

# III. RESULTADOS

## 3.1. Nivel de Servicio

Trata desde que el cliente llega al restaurante y pide que le atiendan una pizza, a la hora de la atención también se evalúa si dicha atención es buena o mala, después del pedido, se da inicio a la elaboración de la pizza que siguientemente pasa por varias etapas, cada etapa requiere de cierto tiempo, donde el cliente tiene que esperar el producto terminado. Se puede ver el proceso de atención al cliente en la siguiente figura.

- Figura N° 2: Diagrama de Flujo



Fuente: Elaboración propia

Y es aquí donde entra a detallar la dimensión (nivel de servicio), y se evaluara de la siguiente formula.

$$Ns = \frac{Pv}{Pv + Po} \times 100$$

Donde:

Ns = Nivel de Servicio

Pv = Pizzas Vendidas

Po = Pizzas Obsequiadas

Se le dice obsequiadas a los productos regalados por la misma empresa y el principal factor de hoy en día es por la demora de entregar el producto, esto conlleva que el cliente lo rechace por varios motivos como, por ejemplo, por el apuro, por el excesivo tiempo de espera.

Otro factor es por el trato del trabajador hacia el cliente, esto más que todo se da en el intermedio de la elaboración del producto, es decir cuando el cliente piensa que se están demorando mucho y que ya debería de haber estado listo, es ahí que les genera incomodidad es por ello que se hizo un estudio durante 30 días para saber cuál es el nivel de servicio que da la empresa Pizza Hut.

• Tabla 3: Nivel de servicio

INSTRUMENTO PARA NIVEL DE SERVICIO				
EMPRESA:	"Pizza Hut"		FECHA:	28/10/2019
UBICACIÓN:	Teodoro Cadenaz 176			
GERENTE:	Emerson Lucan Serra		PORCENTAJE OBJETIVO:	100%
ENCARGADO DE RECOLECTAR DATOS				
DÍA	PIZZAS VENDIDAS (unidades)	PIZZAS OBSEQUIADAS (unidades)	NIVEL DE SERVICIO (%)	
Nº	Pv	Po	$Ns = \frac{Pv}{Pv + Po} \times 100$	
1	50	6	89%	
2	52	5	91%	
3	50	7	88%	
4	75	6	93%	
5	85	4	96%	
6	110	6	95%	
7	100	4	96%	
8	51	3	94%	
9	52	3	95%	
10	53	4	93%	
11	70	6	92%	
12	84	3	97%	
13	120	0	100%	
14	102	5	95%	
15	50	5	91%	
16	53	6	90%	
17	51	7	88%	
18	80	7	92%	
19	90	5	95%	
20	115	0	100%	
21	105	5	95%	
22	49	4	92%	
23	52	5	91%	
24	50	3	94%	
25	75	4	95%	
26	85	6	93%	
27	110	5	96%	
28	100	3	97%	
29	51	4	93%	
30	52	4	93%	
<b>PROMEDIO</b>			<b>94%</b>	

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla que actualmente el nivel de servicio de la empresa Pizza Hut se encuentra en un promedio del 94%. Esto indica que se está cumpliendo con un estándar de calidad.

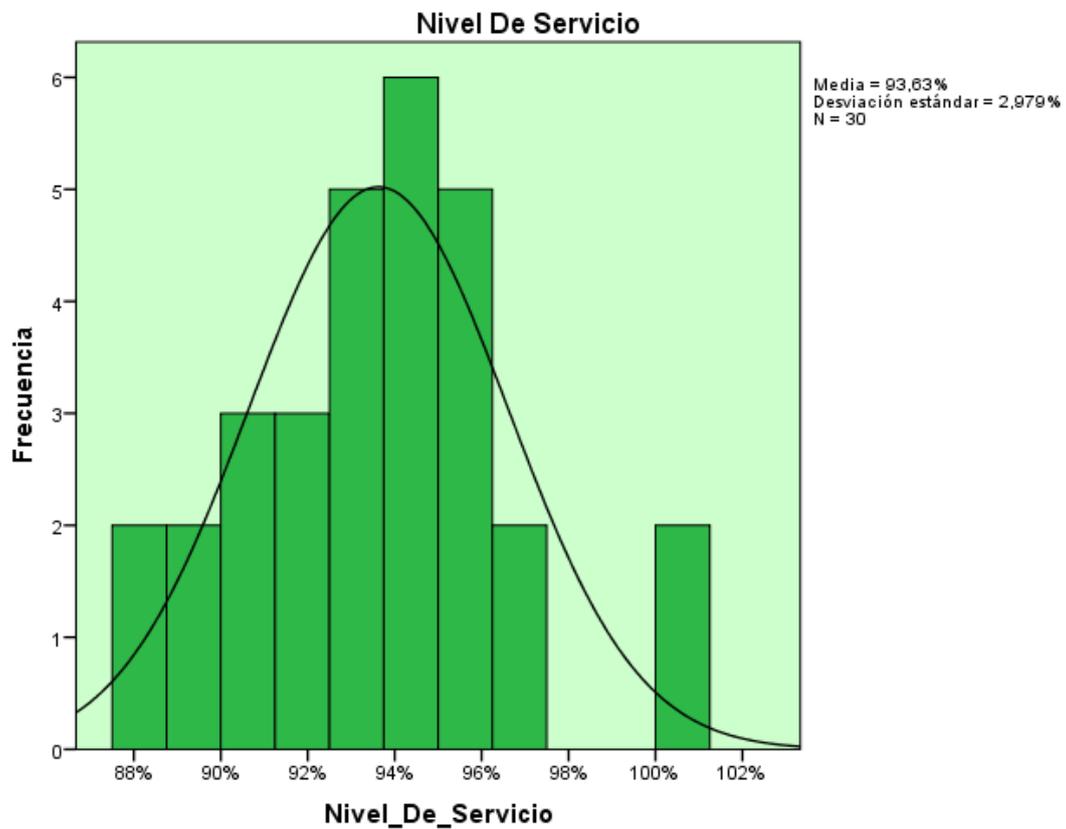
- Tabla 4: Estadísticas del Nivel de servicio

Estadísticos		
Nivel_De_Servicio		
N	Válido	30
	Perdidos	1
Media		93,63%
Mediana		93,87%
Moda		91% <sup>a</sup>
Desviación estándar		2,979%
Varianza		8,874
Asimetría		,065
Error estándar de asimetría		,427

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Fuente: Elaboración propia

- Figura N° 3:



Fuente: Elaboración propia

### **Interpretación:**

En el gráfico, se muestra que el nivel de servicio tiene una distribución normal debido a que la mayoría de los datos son cercanos al promedio del 93.63%, asimismo, existe una pequeña simetría, pero en general el servicio está cumpliendo con un estándar, también se puede apreciar que la mayoría de los datos están sesgado a la izquierda la cual indica que hay más pizzas perdidas (obsequiadas).

- **Diagrama de operaciones del proceso de la pizza**

Ya que el nivel de servicio también consiste en la elaboración del producto. Se debe conocer sobre la elaboración de la pizza donde esta pasa por varias etapas, donde cada etapa requiere de cierto tiempo, y el cliente debe esperar que el producto terminado. Para ello, se dará a conocer el Diagrama de Operaciones de Proceso (DOP) de la elaboración de la pizza.

- Figura N° 4: DIAGRAMA DE OPERACIÓN DE LA ELABORACIÓN DE UNA PIZZA

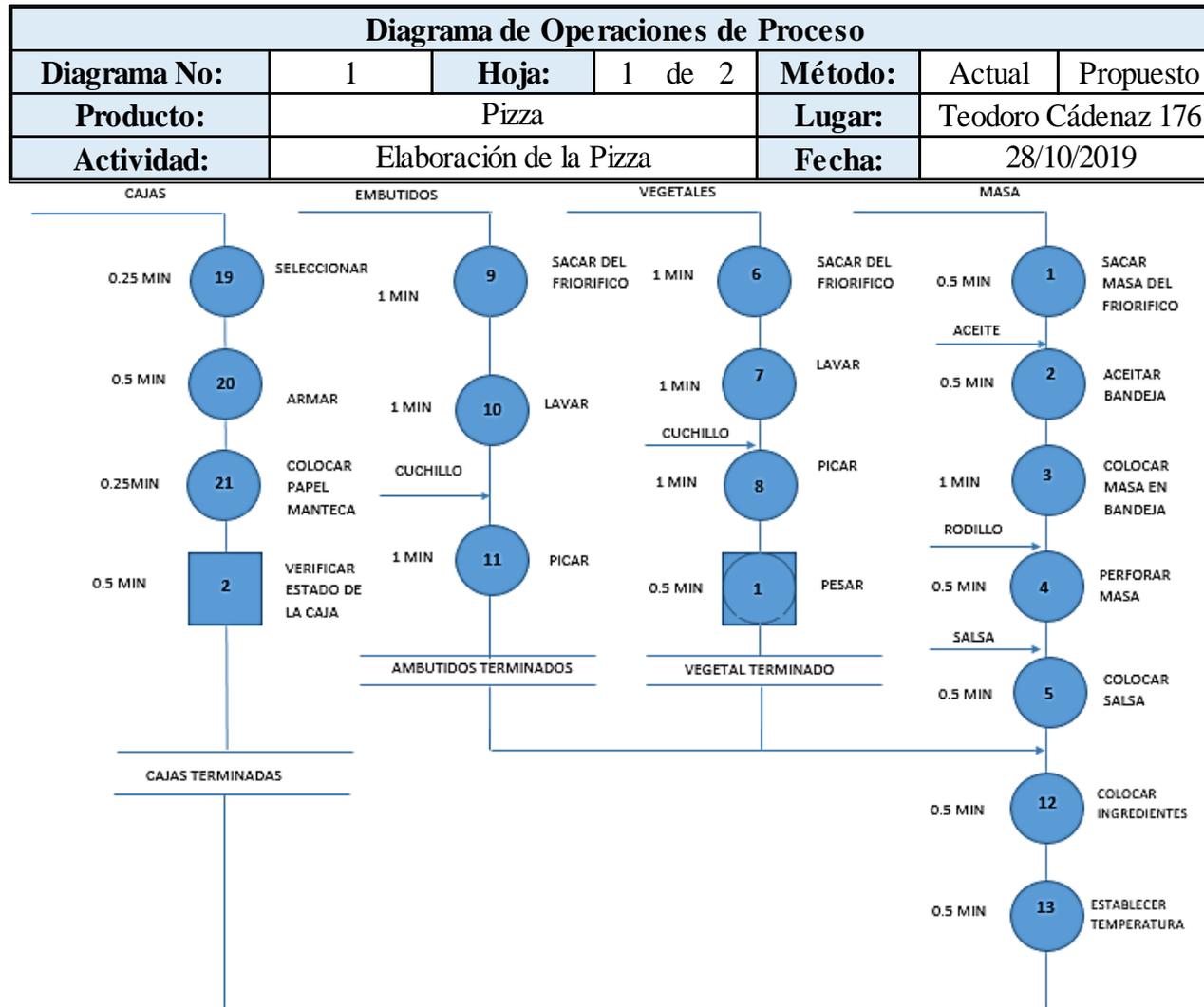
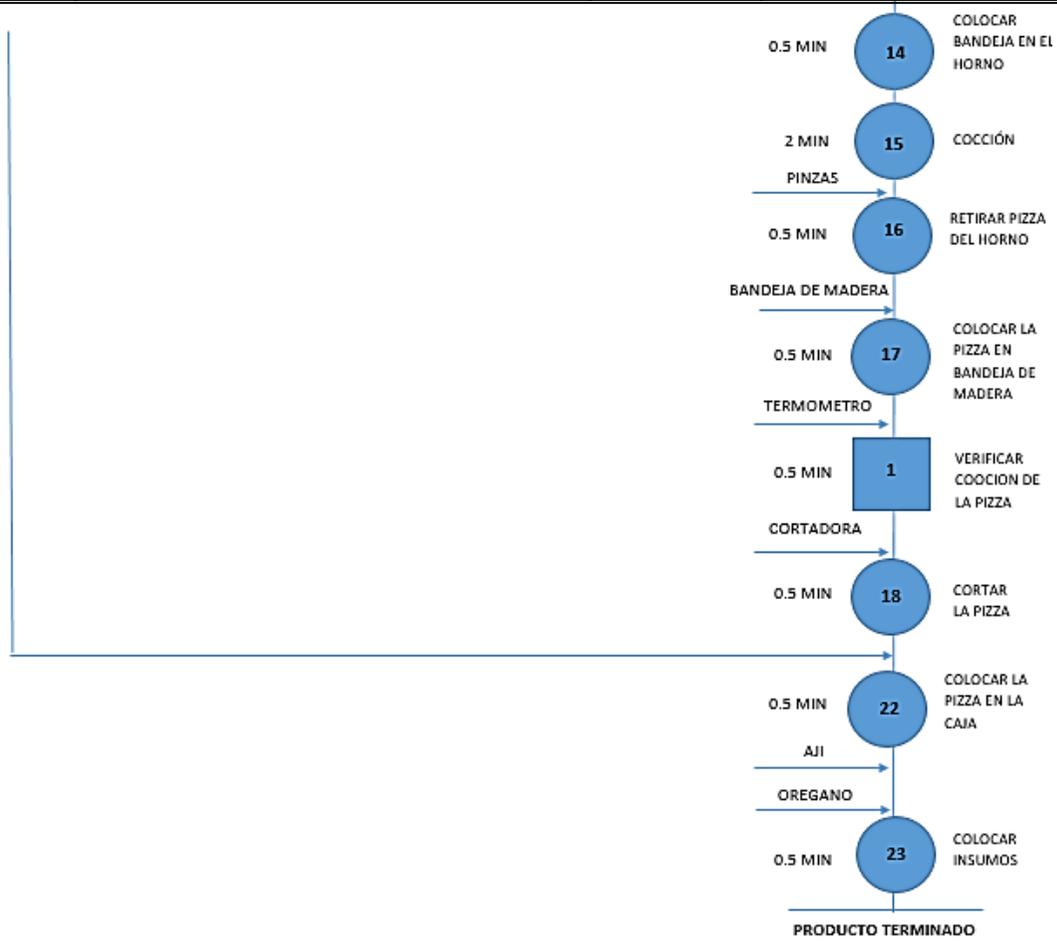


Diagrama de Operaciones de Proceso						
<b>Diagrama No:</b>	1	<b>Hoja:</b>	2 de 2	<b>Método:</b>	Actual	Propuesto
<b>Producto:</b>	Pizza			<b>Lugar:</b>	Teodoro Cadenaz 176	
<b>Actividad:</b>	Elaboración de la Pizza			<b>Fecha:</b>	28/10/2019	

SIMBOLO	CANTIDAD	TIEMPO[MIN]
	23	16.5
	2	1
	1	0.5
<b>TOTAL</b>	26	18 MIN



### 3.2. Nivel de Satisfacción

Se centra en la atención al cliente donde existe una interacción entre el trabajador y el consumidor. Para que el producto final llegue hasta al cliente ya dependerá de la rápida atención también si los trabajadores están capacitados para ciertas cosas como, por ejemplo, saber cómo atender a un cliente, saber que decirle, saber cómo tratarlo ya que perder una venta es algo insignificante en cambio perder un cliente afectaría mucho a la empresa ya que la probabilidad que regrese es un 0% por el motivo que existe la alta competencia en ese rubro. Por otro lado, cuando el cliente está degustando de la pizza y no le parezca que este bien tiene la opción de devolverlo y hacer su queja ante el restaurante, para saber dicha satisfacción del cliente se evaluara de la siguiente formula.

$$Nst = \frac{Pe}{Pe + Pd} \times 100$$

Donde:

Nst = Nivel de Satisfacción

Pe = Pizzas Entregadas

Pd = Pizzas Devueltas

• Tabla 5: Nivel de satisfacción

INSTRUMENTO PARA NIVEL DE SASTIFACCIÓN			
EMPRESA:	"Pizza Hut"	FECHA:	28/10/2019
UBICACIÓN:	Teodoro Cadenaz 176		
GERENTE:	Emerson Lucan Serra	PORCENTAJE OBJETIVO:	100%
ENCARGADO DE RECOLECTAR DATOS			
DÍA	PIZZAS ENTREGADAS (unidades)	PIZZAS DEVUELTAS (unidades)	NIVEL DE SATISFACCIÓN (%)
Nº	Pe	Pd	$Nst = \frac{Pe}{Pe + Pd} \times 100$
1	50	2	96%
2	52	2	96%
3	50	0	100%
4	75	1	99%
5	85	3	97%
6	110	3	97%
7	100	2	98%
8	51	1	98%
9	52	2	96%
10	53	0	100%
11	70	0	100%
12	84	5	94%
13	120	3	98%
14	102	2	98%
15	50	0	100%
16	53	2	96%
17	51	0	100%
18	80	5	94%
19	90	3	97%
20	115	4	97%
21	105	0	100%
22	49	1	98%
23	52	1	98%
24	50	1	98%
25	75	2	97%
26	85	2	98%
27	110	3	97%
28	100	4	96%
29	51	3	94%
30	52	3	95%
<b>PROMEDIO</b>			<b>97%</b>

Fuente: Elaboración propia

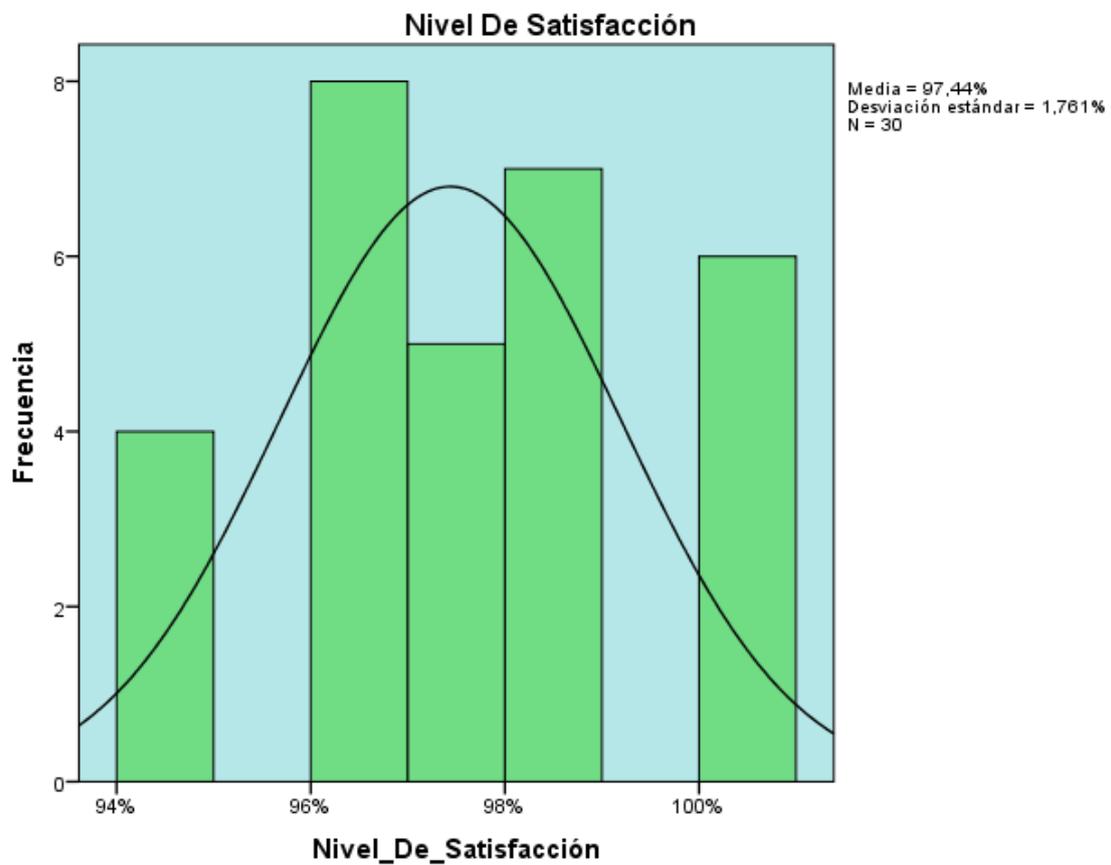
Se observa en la tabla que el nivel de satisfacción de la empresa Pizza Hut se encuentra en un promedio de servicio del 97%, lo cual indica que se está cumpliendo con un estándar de calidad.

- Tabla 6: Estadística del Nivel de satisfacción

Estadísticos		
Nivel_De_Satisfacción		
N	Válido	30
	Perdidos	0
Media		97,44%
Mediana		97,48%
Moda		100%
Desviación estándar		1,761%
Varianza		3,100
Asimetría		-,147
Error estándar de asimetría		,427

Fuente: Elaboración propia

- Figura N° 5:



Fuente: Elaboración propia

### **Interpretación:**

El siguiente grafico muestra que el nivel de satisfacción tiene una distribución normal debido a que la mayoría de los datos están cercanos al promedio del 97.44%, también se puede apreciar que existen datos sesgado a la izquierda lo cual indica que hay pizzas devueltas lo que genera perdida económicamente.

### 3.3. Eficacia

Se basa a las pizzas vendidas en el día, sobre las pizzas que se programan vender diariamente, los productos vendidos se proyectan por cada día, como se sabe en los restaurantes las ventas se incrementan los días del fin de semana, estos se planifican de acuerdo al cronograma establecidos por los gerentes que se encargan de la administración de cada restaurante. Por otro lado, los recursos que se utilizan para elaborar los productos se encuentran alineados a la planificación semanal, ya que las fechas de vencimiento de algunos insumos son de una semana como máximo. La eficacia se evaluará de la siguiente formula.

$$E = \frac{Ra}{Ro} \times 100$$

Donde:

E = Eficacia

Ra = Resultados Alcanzados

Ro = Resultados Obtenidos

- Tabla 7: Eficacia

INSTRUMENTO PARA LA EFICACIA			
EMPRESA:	"Pizza Hut"	FECHA:	28/10/2019
UBICACIÓN:	Teodoro Cadenaz 176		
GERENTE:	Emerson Lucan Serra	PORCENTAJE OBJETIVO:	100%
ENCARGADO DE RECOLECTAR DATOS			
DÍA	RESULTADOS ALCANZADOS (unidades)	RESULTADOS OBTENIDOS (unidades)	EFICACIA (%)
N°	Ra	Ro	$E = \frac{Ra}{Ro} \times 100$
1	50	65	77%
2	52	65	80%
3	50	65	77%
4	75	83	90%
5	85	90	94%
6	110	120	92%
7	100	108	93%
8	51	65	78%
9	52	63	83%
10	53	65	82%
11	70	82	85%
12	84	90	93%
13	120	120	100%
14	102	105	97%
15	50	65	77%
16	53	65	82%
17	51	65	78%
18	80	90	89%
19	90	95	95%
20	115	120	96%
21	105	105	100%
22	49	63	78%
23	52	65	80%
24	50	64	78%
25	75	85	88%
26	85	93	91%
27	110	120	92%
28	100	105	95%
29	51	60	85%
30	52	65	80%
<b>PROMEDIO</b>			<b>87%</b>

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla que la eficacia de la empresa Pizza Hut se encuentra en promedio del 87%. Esto indica que se necesita un mejor control a la hora de programar las pizzas.

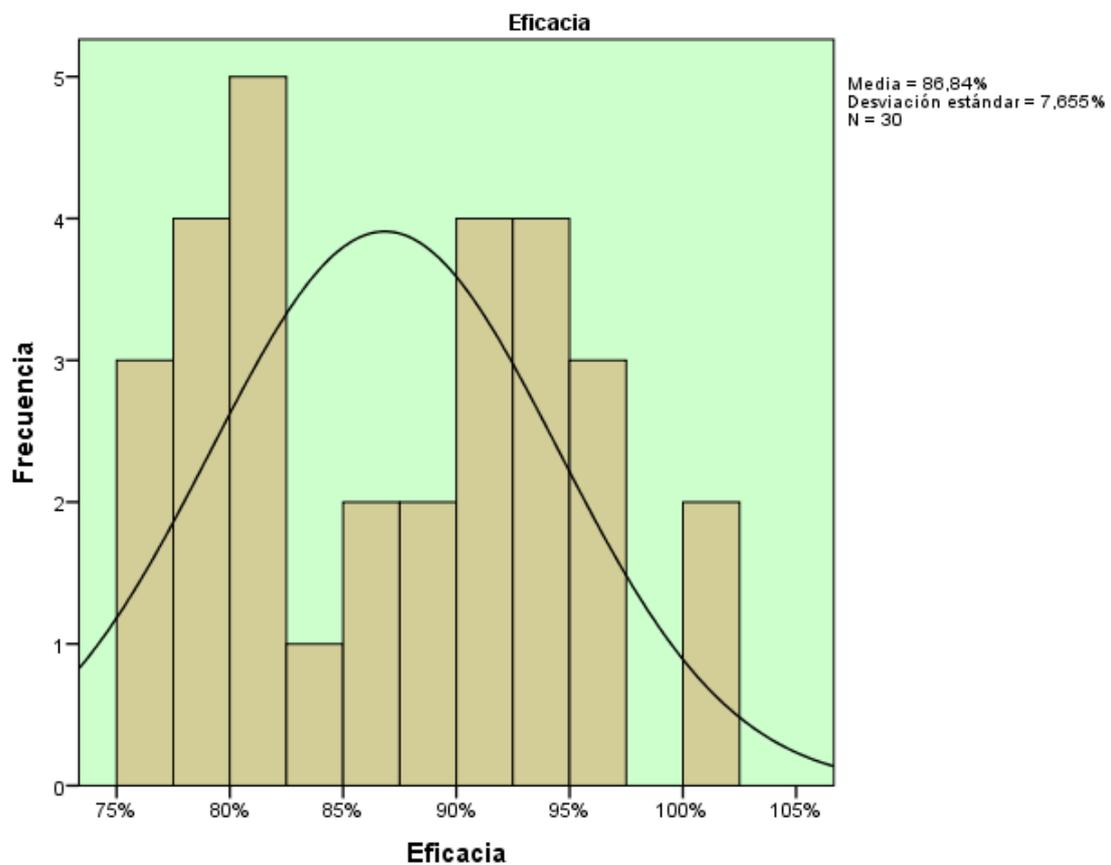
- Tabla 8: Estadística de Eficacia

Estadísticos		
Eficacia		
N	Válido	30
	Perdidos	0
Media		86,84%
Mediana		86,80%
Moda		77% <sup>a</sup>
Desviación estándar		7,655%
Varianza		58,600
Asimetría		,157
Error estándar de asimetría		,427

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Fuente: Elaboración propia

- Figura N° 6:



Fuente: Elaboración propia

### **Interpretación:**

El siguiente grafico muestra que la eficacia tiene muchos datos sesgado a la izquierda esto indica que existe un mal control a la hora de programar las pizzas diariamente lo cual genera grandes pérdidas para la empresa. Existe una media del 86.84% un poco baja por lo que la mayoría de datos no están cercanas al promedio.

## **IV. DISCUSIÓN**

En la investigación presentada se evaluó la calidad del servicio que se brinda a los clientes en el restaurante “Pizza Hut”, donde se ha demostrado una deficiencia en la atención del servicio al usuario debido por las causas que sucede usualmente por parte del personal que se muestran el diagrama de Ishikawa. Con referente a Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985, p.47) explica de que la calidad de servicio es importante con el fin de establecer y evaluar la calidad de servicio proporcionado por las empresas que ejercen en el rubro de servicios. Es decir, toman en cuenta aspectos referidos como las primeras percepciones que observa el cliente. Por ejemplo, la tangibilidad en lo que es lugar, la presentación del establecimiento, las instalaciones. La fiabilidad de que la empresa trate de cumplir sus servicios, responda a las quejas o reclamos por parte de los clientes, en las fijaciones de precios y promociones. En cuanto a la capacidad de respuesta sobre todo se da cuando el personal o empleado encargado de dar el servicio está al pendiente de atender y responder inmediatamente cualquier dificultad o consulta que tenga el cliente. Por consiguiente, la empatía es que la empresa se ponga en la posición del cliente o consumidor comprendiendo sus requerimientos de manera individualizada acogiendo sus perspectivas.

Con respecto los resultados obtenidos de los datos analizados mediante el análisis documental y el análisis descriptivo, la hipótesis general dado que la calidad en el servicio de atención genera satisfacción al consumidor en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019. Lo cual en el nivel de servicio se buscó determinar las perspectivas y las comodidades de que el cliente siente sobre el servicio establecido por la empresa. En este sentido Schalit y Vermorel (2018, p. 2) señala que el nivel de servicio es cumplir con la

satisfacción del cliente y demanda sin generar retrasos u costos. Donde queda demostrado (tabla N° 3) que el 94% indica que tiene un adecuado servicio debido que existe entradas y altas demandas de consumo algunas que otros inconvenientes en los procesos y a veces no es lo que realmente esperan los clientes por lo tanto son resultados parecidos con Isuiza (2017) lo cual su objetivo principal era resaltar la importancia relativa de la calidad de atención al usuario en tienda de comunicaciones de Entel aplicando dos métodos, el ciclo PDCA ( Plan, do, check, act) y el TQM (Total quality management) donde genero un aumento al 93% enfocándose a comprometer todas las áreas de la empresa y en la mejora continua para alcanzar la calidad total del servicio. Así mismo, Uribe (2013, p. 336) menciona que la calidad se tiene que tener en cuenta las preferencias y peticiones de los clientes. Lo cual brindando servicios o productos de manera eficiente significaría que el cliente está totalmente satisfecho de modo que las actividades se realizaron correctamente desde el inicio del proceso.

Así mismo, Berovides (2012) implemento el SGC (Sistema gestión de calidad) en las empresas alimenticias de pastas en base al reglamento ISO 9001. Por eso, diseño procedimientos para la realización de este sistema, con el objetivo de analizar las posibles amenazas y aquellas situaciones críticas de control en el área de producción ya que la mayoría de los productos eran defectuosos debido a que en las materias primas presentaban ciertas particularidades físicas, en las especificaciones y además existían fallas en el proceso de embalaje también tuvo un resultado de un 75 %. En cambio, en la presente investigación evaluamos el nivel de servicio es ahí donde analizamos el tiempo de espera del cliente al momento en que hace el pedido hasta entregar el producto. En la elaboración de la pizza según pedido respectivo de cada cliente, se realiza la toma de tiempos desde el ingreso en el digitador de registro, los insumos necesarios, el proceso de preparación, el tiempo de cocción de las pizzas y por último el servido y presentación del producto final. Además se determinó si el personal atiende adecuadamente. Entre las pizzas vendidas y las pizzas obsequiadas. Donde obsequiada lo que vendría hacer para nosotros a los productos devueltos del día en un tiempo determinado. En este sentido Como el personal de producción es encarado de constatar y verificar si los insumos hay los suficientes y si están en buenas condiciones para poder agregar en la preparación.

En cuanto el nivel de satisfacción Merino (2019), aplica la herramienta de las 5s, mejorando así el área de atención de un comercio avícola donde dicha empresa se encontró ciertas deficiencias como en la falta de orden y limpieza, variación del personal en el despacho y que no cuentan con una adecuada distribución de planta. Así como se detectó las causas en el restaurante Pizza Hut. Como por ejemplo, insuficiencia del personal, falta de capacitación y ausencia de supervisión pero a diferencia que la problemática se desarrolló tanto en el área de producción y recepción al cliente ya que el trabajador es el principal encargado de brindar el servicio desde el inicio hasta al final. En la tabla N° 5 el 97% indica que el grado de cumplimiento de las necesidades que presenta el restaurante de Pizza Hut, es debido a la demanda de pizzas entregadas y pizzas devueltas generan un nivel de consumo suficiente ya que la calidad de servicio es muy dispersa y está en constante cambio. Además, en la investigación de Merino se observó una mejora en todo el proceso dado al compromiso y la capacitación que se instruyó al trabajador para alcanzar la complacencia del cliente en un 51% que dio gracias a la aplicación de esta herramienta.

Con lo relativo a Garza, Jiménez, Koelliker y Salinas (2012) realizan estudios con el objetivo de aumentar el agrado del usuario implementando el sistema de calidad de la empresa que se dedica a la promoción de ventas haciendo un análisis de calidad mediante una matriz, siendo esta la QFD (Quality function deployment) demostrando las especificaciones o peculiaridades del servicio y a la vez realizando planes de acción. Asimismo, Thompson y Sunol (1995, p.127) menciona que lo primordial es el cliente es aquel que compara y evalúa el rendimiento percibido del servicio o producto con sus perspectivas. En cambio, en la investigación se analizó y evaluó la relación del empleado con el cliente, el empleado brindando el servicio y la obtención del servicio que se brindó a la clientela.

Con respecto en la eficacia en la investigación se observa en la tabla N° 6 presento un promedio de 87% refleja que en la empresa cuenta con no tan buena en la capacidad de lograr el propósito de los resultados y objetivos programados. Lo cual se observa que el restaurante de comida rápida, varía cada día ya que la demanda de consumo aumenta como que también hay días que disminuye es donde se tiene que programar la producción

estimada del día. Por otra parte, Quiroz (2019) implemento la metodología PHVA con la meta de mejorar la productividad en una empresa privada de servicios. Donde sobrepaso el objetivo a un 95% de aumento en el tiempo que genera cada orden de pedido, planifico controles en los procesos y en capacitar las competencias del trabajador. Por esa razón se tiene en cuenta en todo momento el tiempo para mejorar la eficacia tanto en los trabajadores como en los procesos y servicios a ofrecer. Incluso, Reinaldo o. da silva (2018, p.3) menciona que la eficacia es realizar acciones que conlleven a cumplir apropiadamente los resultados y objetivos planteados. Entonces, en la investigación, el resultado obtenido no representa que la eficacia sea la apropiada es necesario estudiar más ampliamente y aplicar herramientas para mejorar aquellos problemas que no permiten que se logre efectivamente las ventas planificadas.

## V. CONCLUSIONES

La investigación realizada analiza el nivel de servicio que brinda la empresa Pizza Hut, la cual se describe desde la toma del pedido del cliente hasta la entrega de ello, teniendo en cuenta el tiempo de atención y la calidad del producto. Se determinó que el nivel de servicio es de un 94%, siendo este resultado muy favorable para la empresa, brindando productos en tiempos programados y pizzas con los estándares de calidad indicados. Asimismo, este resultado no es el ideal, ya que la empresa Pizza Hut tiene un 97.5% de nivel de servicio estandarizado en todas sus tiendas, ya que existe un 2.5% de fallas que estén fuera del alcance de la mano de obra. Por otro lado, obtenemos una media del 93.63%, esto vendría hacer el promedio de los 30 día de investigación. También, tenemos una mediana del 93.87%, es decir, que el 50% de los resultados obtenidos en los días del mes de octubre son menores o igual al resultado obtenido. En cuanto a, la moda tenemos un 91%, quiere decir, que es el promedio con más frecuencia en los 30 días de investigación.

El nivel de satisfacción al cliente describe si el producto cumple con las necesidades del consumidor, se analiza de acuerdo a los pedidos entregados y pedidos devueltos. Se determinó que el nivel de satisfacción al cliente es de 97% siendo la dimensión más elevada. Es por ello, que la empresa Pizza Hut es la empresa líder en el mercado, la cual cuenta con la cadena de restaurantes más grande en el Perú, fidelizando a sus clientes mediante la calidad de sus productos. Por otro lado, obtenemos una media del 97.34%, esto vendría hacer el promedio de los 30 día de investigación. También, tenemos una mediana del 93.87%, es decir, que el 50% de los resultados obtenidos en los días del mes de octubre son menores o igual al resultado obtenido. En cuanto a, la moda tenemos un 100%, quiere decir, que es el promedio con más frecuencia en los 30 días de investigación.

El nivel de eficacia al cliente describe las ventas que se proyectan de acuerdo a las estadísticas realizada año tras año, es por ello que se debe de cumplir con un cronograma de ventas realizas mensuales. Se analizó que el nivel de eficacia es de 87%, siendo un resultado por debajo de lo establecido, recordando que la recolección de datos se hizo en el mes de octubre. Por lo cual, la empresa deberá de modificar el plan de marketing para el resto de meses. Por otro lado, obtenemos una media del 86.84%, esto vendría hacer el promedio de los 30 día de investigación También, tenemos una mediana del 86.80%, es decir, que el 50% de los resultados obtenidos en los días del mes de octubre son menores o igual al resultado obtenido. En cuanto a, la moda tenemos un 77%, quiere decir, que es el promedio con más frecuencia en los 30 días de investigación.

## VI. RECOMENDACIONES

1. En primer lugar, en el establecimiento de Pizza Hut dado que en su nivel de servicio es el apropiado. Se tomaría en cuenta los resultados obtenidos muestran que el personal cuenta con habilidades y capacidades necesarios tanto en el área de producción como también en el servicio. Por ende, se recomienda realizar capacitaciones para reforzar el compromiso y las responsabilidades en los procesos u procedimientos eficientemente para que a futuro no se presente inconvenientes con el consumidor.
2. Así mismo, se recomendaría mantener el nivel de satisfacción tanto en la calidad de cuidar de que no se presenten retrasos ni demoras en el proceso, además se sugiere realizar estudios de manera periódica al menos tres veces al año para que no afecte o disminuya su alto porcentaje.
3. Finalmente, para una mayor eficacia se recomienda motivar día a día y hacer controles a los trabajadores para que se puedan enfocar en las actividades que son de suma importancia para que no tengan problemas en alcanzar el objetivo de la empresa, ya que con su contribución se obtienen la mayor parte de los resultados.

## REFERENCIAS

ARMSTRONG, Gary y KOTLER, Philip. Fundamentos del marketing [en línea]. 11 ed. México: Pearson educación, 2013 [Fecha de consulta: 24 de noviembre de 2019]. Disponible en: [https://issuu.com/issuesoto/docs/fundamentos\\_de\\_marketing\\_-\\_philip\\_k](https://issuu.com/issuesoto/docs/fundamentos_de_marketing_-_philip_k)

ISBN: 978-607-32-1722-4

ARBAIZA, Lydia; CÁNEPA, Marco; CORTEZ, Óscar; LÉVANO, Gabriel. Análisis prospectivo del sector de comida rápida en Lima. 1ª ed. Lima: Universidad ESAN, 2014. 126 pp.

ISBN: 978-612-4110-36-8

BEROVIDEZ Maylen y FERNANDEZ Ester. La gestión de la calidad en una empresa de pastas alimenticias. (Licenciado en Ingeniería Industrial). Cuba: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, 2013.

FONTALVO Tomás y VERGARA Juan. La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO 9001:2008 [en línea]. España: Eumed – Universidad de Malaga. 2010 [Fecha de consulta: 10 de Noviembre de 2019]. Disponible en: <https://juancarlosvergaras.files.wordpress.com/2013/04/libro-calidad.pdf>

ISBN: 978-84-693-6481-9

HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ Collado, Carlos y BAPTISTA Lucio, María. Metodología de la investigación [en línea]. 6 ed. México: The McGraw-Hill Companies, Inc., 2014 [fecha de consulta: 29 de mayo de 2019]. Disponible en: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

ISBN: 978-1-4562-2396-0

HÉRNANDEZ, Zeanida. Método de análisis de datos: apuntes [en línea]. Logroño: Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones, 2012. [Fecha de consulta: 17 de Noviembre de 2019].

Disponible en: [https://www.unirioja.es/cu/zehernan/docencia/MAD\\_710/Lib489791.pdf](https://www.unirioja.es/cu/zehernan/docencia/MAD_710/Lib489791.pdf)

ISBN: 978-84-615-7579-4

IUIZA, Jhoseph. Mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del método PDCA en la empresa NETCALL PERÚ S.A.C, Santa Anita, 2017. (Título Profesional de Ingeniero Industria). Lima: Universidad César Vallejo. 133pp.

JIMENEZ, Rosa. Metodología de la Investigación [en línea]. La Habana: Editorial Ciencia Médicas, 1998. [Fecha de consulta: 28 de Octubre de 2019].

Disponible en: [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia\\_dela\\_investigacion-texto.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia_dela_investigacion-texto.pdf)

ISBN: 959-212-066-8

MERINO Leslie. Implementación de la metodología 5s para mejorar el despacho en una empresa comercializadora de aves en la ciudad de Lima. (Título Profesional de Ingeniero Industria). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2019. 61pp.

Parasuraman, Zeithaml, Berry. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. The Journal of Marketing. [en línea]. Vol. 49, n°4. Otoño, 1985. [Fecha de consulta: 21 de octubre de 2019]. Disponible en: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2491773/mod\\_resource/content/1/Conceptual %20Model%20of%20Service%20Quality%20and%20Its%20Implications%20for%20Future%20Research.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2491773/mod_resource/content/1/Conceptual%20Model%20of%20Service%20Quality%20and%20Its%20Implications%20for%20Future%20Research.pdf)

ISSN: 9992-8003

QUIROZ Miguel. Implementación de la Metodología PHVA para incrementar la Productividad en una Empresa de Servicios (Título Profesional de Ingeniero Industria). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2019.79pp.

SAINZ DE VICUÑA, José. El plan de Marketing en la PYME [en línea]. 3 ed. Madrid: ESIC, 2016. [Fecha de consulta: 1 de junio del 2018]. Disponible en: [https://books.google.com.pe/books?id=385QDAAAQBAJ&pg=PA100&dq=El+plan+de+Marketing+en+la+PYME+LOS+CLIENTES&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewi\\_iKu987PbAhUPuVkJHWemDYsQ6AEIJzAA#v=onepage&q=El%20plan%20de%20Marketing%20en%20la%20PYME%20LOS%20CLIENTES&mp;f=false](https://books.google.com.pe/books?id=385QDAAAQBAJ&pg=PA100&dq=El+plan+de+Marketing+en+la+PYME+LOS+CLIENTES&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewi_iKu987PbAhUPuVkJHWemDYsQ6AEIJzAA#v=onepage&q=El%20plan%20de%20Marketing%20en%20la%20PYME%20LOS%20CLIENTES&mp;f=false)

ISBN: 2788473569132

THOMPSON, A. y SUNOL, R. Expectations as determinants of patient satisfaction: Concepts, theory and evidence, International Journal for Quality in Health Care, 7 (2): 127-14, junio 1995.

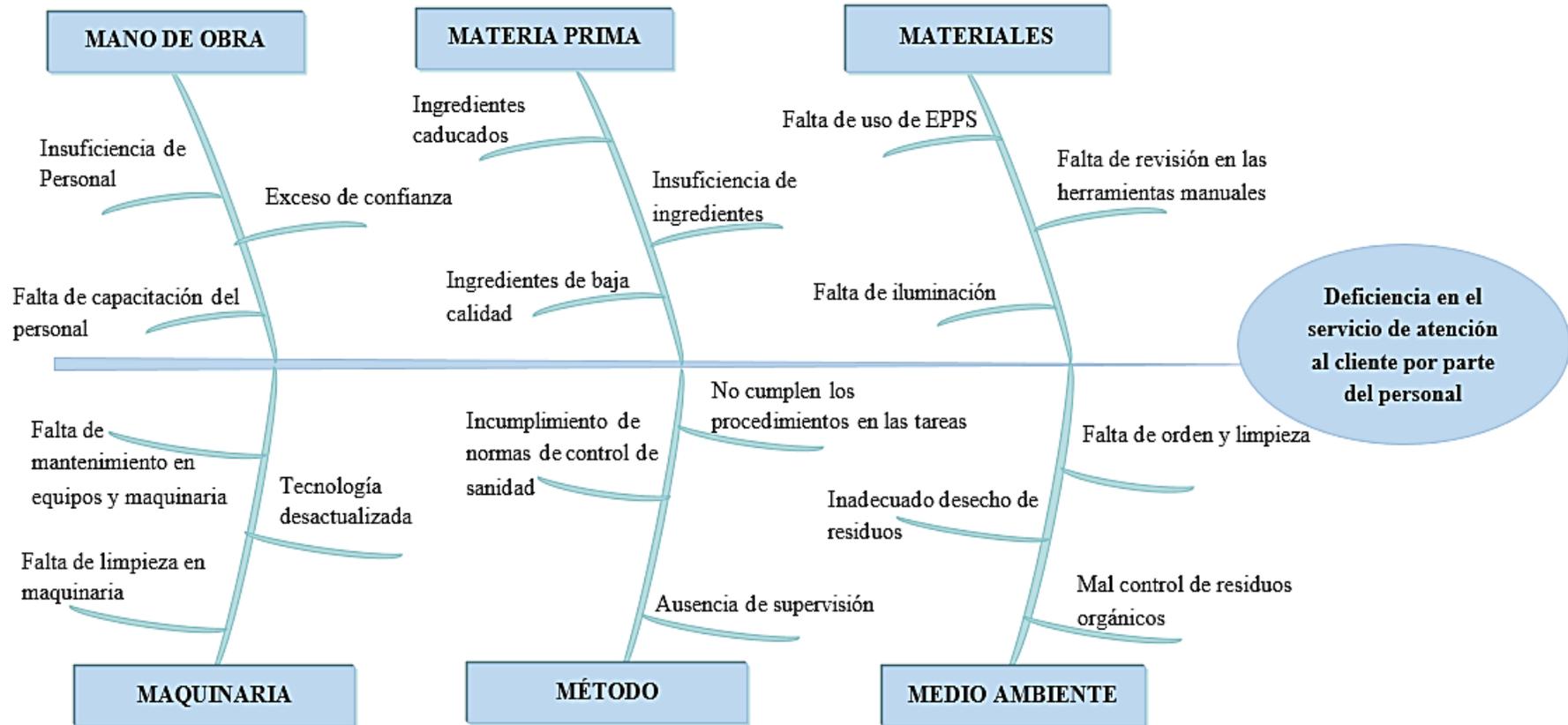
ISSN: 1353-4505

URIBE, Macías. Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies. Revista LEBRET [en línea]. 5: enero – diciembre 2013. [Fecha de consulta: 10 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5983192.pdf>

ISSN: 2145-5996

ANEXOS

- Anexo 1



- Anexo 2

<b>MATRIZ DE COHERENCIA</b>		
<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>
¿Cómo es la calidad en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Describir cómo es la calidad en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	La calidad en el servicio de atención influye de manera positiva a la empresa.
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicos</b>
¿Cómo es el nivel de servicio en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Analizar cómo es el nivel de servicio en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	El nivel de servicio influye de manera positiva a que el cliente consuma nuevamente en la empresa.
¿Cómo es el nivel de satisfacción del cliente en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Analizar cómo es el nivel de satisfacción del cliente en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	El nivel de satisfacción influye de manera positiva a que el cliente recomiende la empresa.
¿Cómo es la eficacia en el servicio de atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019?	Analizar cómo es la eficacia cliente en la atención al cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019.	La eficacia influye de manera positiva a que el cliente tenga una mejor imagen de la empresa.

- Anexo 3

INSTRUMENTO PARA NIVEL DE SERVICIO			
EMPRESA:	"Pizza Hut"	FECHA:	28/10/2019
UBICACIÓN:	Teodoro Cadenaz 176		
GERENTE:	Emerson Lucan Serra	PORCENTAJE OBJETIVO:	100%
ENCARGADO DE RECOLECTAR DATOS:			
DÍA	PIZZAS VENDIDAS (unidades)	PIZZAS OBSEQUIADAS (unidades)	NIVEL DE SERVICIO (%)
N°	Pv	Po	$Ns = \frac{Pv}{Pv + Po} \times 100$
<b>PROMEDIO</b>			

- Anexo 4

INSTRUMENTO PARA NIVEL DE SASTIFACCIÓN			
EMPRESA:	"Pizza Hut"	FECHA:	28/10/2019
UBICACIÓN:	Teodoro Cadenaz 176		
GERENTE:	Emerson Lucan Serra	PORCENTAJE OBJETIVO:	100%
ENCARGADO DE RECOLECTAR DATOS:			
DÍA	PIZZAS ENTREGADAS (unidades)	PIZZAS DEVUELTAS (unidades)	NIVEL DE SATISFACCIÓN (%)
N°	Pe	Pd	$Nst = \frac{Pe}{Pe + Pd} \times 100$
PROMEDIO			

- Anexo 5

INSTRUMENTO PARA LA EFICACIA			
EMPRESA:	"Pizza Hut"	FECHA:	28/10/2019
UBICACIÓN:	Teodoro Cádenez 176		
GERENTE:	Emerson Lucan Serra	PORCENTAJE OBJETIVO:	100%
ENCARGADO DE RECOLECTAR DATOS:			
DÍA	RESULTADOS ALCANZADOS (unidades)	RESULTADOS OBTENIDOS (unidades)	EFICACIA (%)
N°	Ra	Ro	$E = \frac{Ra}{Ro} \times 100$
PROMEDIO			

- Anexo 6

MATRIZ DE OPERACIONES DE VARIABLE					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad de servicio	La calidad, comprende en complacer las peticiones y deseos del cliente, cumpliendo con las condiciones de producto o servicio, superando las perspectivas que tienen los usuarios y realizando bien las actividades que se deben hacer desde el comienzo. (Unbe, 2013, p.336)	Se define como el porcentaje de los pedidos que la empresa es capaz de atender dentro de un plazo determinado. Por tanto, representa el grado de satisfacción de los clientes.	Nivel de servicio	$N_s = \frac{P_v}{P_v + P_o} \times 100$ Ns = Nivel De Servicio Pv = Pizzas Vendidas Po = Pizzas Obsequiadas	Razón
		La satisfacción del cliente se puede entender como el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.	Nivel de satisfacción	$N_{st} = \frac{P_e}{P_e + P_d} \times 100$ Nst = Nivel De Satisfacción Pe = Pizzas Entregadas Pd = Pizzas Devueltas	Razón
		La eficacia es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción	Eficacia	$E = \frac{R_a}{R_o} \times 100$ E = Eficacia Ra = Resultados Alcanzados Ro = Resultados Obtenidos	Razón

- Anexo 7

### PERMISO DE LA EMPRESA "PIZZA HUT"

Por medio de la presente, le informo que se les autorizó y dio consentimiento a los estudiantes universitarios pertenecientes a la Escuela de Ingeniería Industrial de la Universidad Cesar Vallejo, siendo estos los siguientes estudiantes:

- Gutiérrez López, Dina Fabiola DNI N° 75580862
- Jáuregui Ortiz, Miguel Ángel DNI N° 70104485
- Osorio Baca, Juan Daniel DNI N° 76124667
- Ramos Guerra, Lindsay Briggete DNI N° 70834306

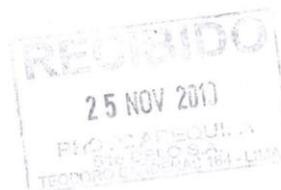
Para que se les brinde la información requerida, siendo estos registros de ventas, formado por los 30 días del mes en la empresa Pizza Hut, del producto (pizza) que se hace entrega en el restaurante al cliente. Para que así, ellos desarrollen su trabajo de investigación titulado "Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en los restaurantes de "Pizza Hut", Lince, 2019.", con la asesoría de la MSC. Delgado Montez Mary Laura, mismo que servirá a las empresas para que posean conocimiento sobre la atención al cliente. Dando validez a la solicitud siendo esta verificada y firmada por el gerente de tienda de "Pizza Hut".

Se extiende el siguiente consentimiento dando observación a lo solicitado y a la conformidad de dichos documentos.



EMERSY ALICIA SERRA  
GERENTE DE TIENDA  
DNI: 8178177

Gerente de tienda de "Pizza Hut"



Lince, Octubre de 2019

- Anexo 8

Diagrama de Operaciones de Proceso						
<b>Diagrama No:</b>	1	<b>Hoja:</b>	1 de 2	<b>Método:</b>	Actual	Propuesto
<b>Producto:</b>	Pizza			<b>Lugar:</b>	Teodoro Cadenaz 176	
<b>Actividad:</b>	Elaboración de la Pizza			<b>Fecha:</b>	28/10/2019	

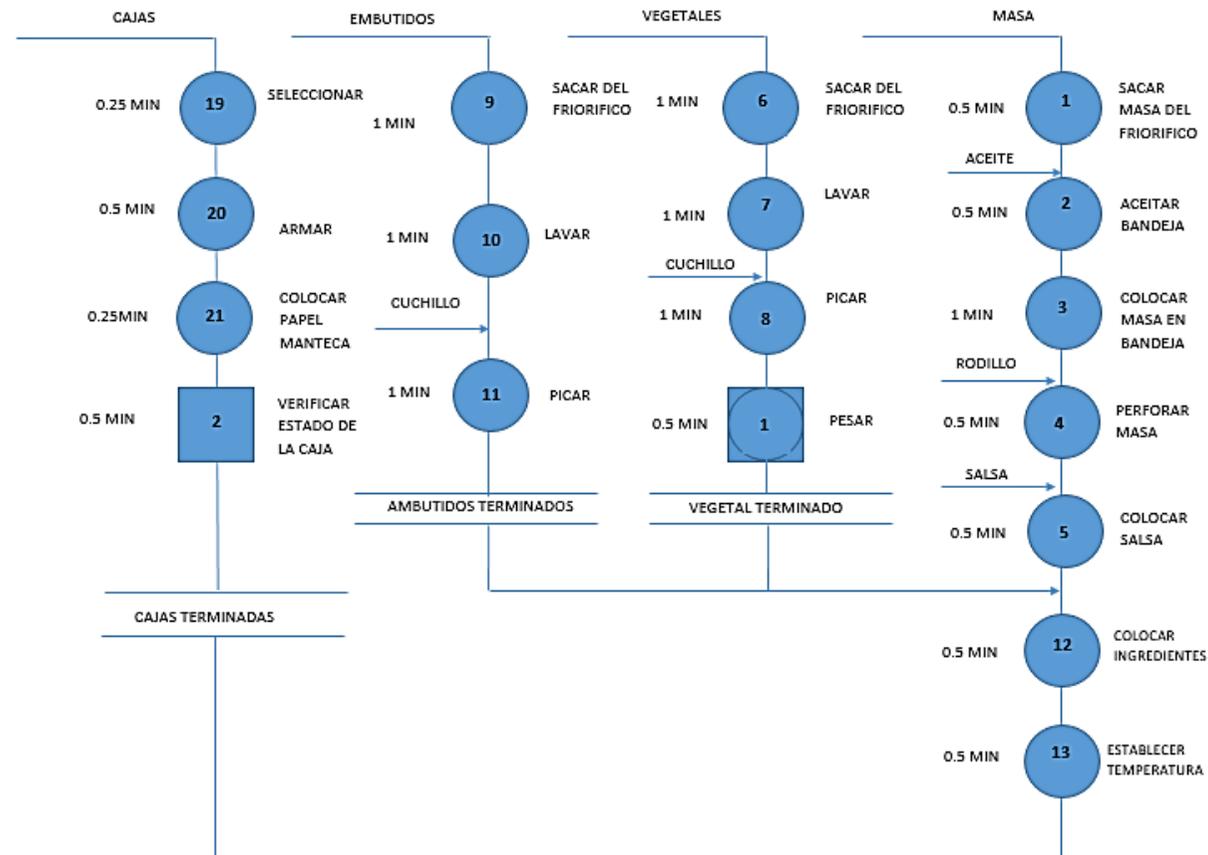


Diagrama de Operaciones de Proceso						
<b>Diagrama No:</b>	1	<b>Hoja:</b>	2 de 2	<b>Método:</b>	Actual	Propuesto
<b>Producto:</b>	Pizza			<b>Lugar:</b>	Teodoro Cadenaz 176	
<b>Actividad:</b>	Elaboración de la Pizza			<b>Fecha:</b>	28/10/2019	

SIMBOLO	CANTIDAD	TIEMPO(MIN)
	23	16.5
	2	1
	1	0.5
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>18 MIN</b>



- Anexo 9



## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Marco Antonio Florian Rodriguez.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Industrial de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniero Industrial.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: "Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumentos de recolección de datos

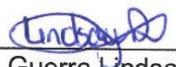
Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente.

  
Gutiérrez López, Dina Fabiola  
D.N.I: 75580862

  
Jáuregui Ortiz, Miguel Ángel  
D.N.I: 70104485

  
Osorio Baca, Juan Daniel  
D.N.I: 76124667

  
Ramos Guerra Lindsay, Briggete  
D.N.I: 70834306

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE** *La calidad en el Servicio de Atención al Cliente en los restaurantes, Piza Hut, Unce, 2019.*

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE : Calidad Dimensión 1: Nivel de Servicio							
	$Ns = \frac{Pv}{Pv + Po} \times 100\%$	X		X		X		
	Dimensión 2: Nivel de Satisfacción							
	$Nst = \frac{Pe}{Pe + Pd} \times 100\%$	X		X		X		
	Dimensión 3: Eficacia							
	$E = \frac{Ra}{Ro} \times 100\%$	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Si hay Suficiencia.*

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable [ ]  No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *FLOREAN RODRIGUEZ MAREO ANTONIO* DNI: *18093024.*

Especialidad del validador: *INGENIERO INDUSTRIAL*

*02* de *12* del 2019



Firma del Exerto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: ..... Luis Alberto Vilela Romero .....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Industrial de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniero Industrial.

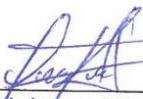
El título nombre de mi proyecto de investigación es: "Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en los restaurantes de Pizza Hut, Lince, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumentos de recolección de datos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente.

  
Gutiérrez López, Dina Fabiola  
D.N.I: 76580862

  
Jáuregui Ortiz, Miguel Ángel  
D.N.I: 70104485

  
Osorio Baca, Juan Daniel  
D.N.I: 76124667

  
Ramos Guerra Lindsay, Briggete  
D.N.I: 70834306

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: *La Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en los restaurantes Pizzas Hot, Unce, 2019*

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE : Calidad Dimensión 1: Nivel de Servicio							
	$Ns = \frac{Pv}{Pv + Po} \times 100\%$	✓		✓		✓		
	Dimensión 2: Nivel de Satisfacción							
	$Nst = \frac{Pe}{Pe + Pd} \times 100\%$	✓		✓		✓		
	Dimensión 3: Eficacia							
	$E = \frac{Ra}{Ro} \times 100\%$	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Sí hay suficiencia*

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable [ ✓ ]  No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/Mg: *Edela Ramos Luis A.* DNI: *20607329*

Especialidad del validador: *Ing. Industrial*

*Edela Ramos Luis A.*  
de *12* del *2019*

Firma del Exerto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señora: Mary Laura Delgado Montez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Industrial de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniero Industrial.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: "Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en los restaurantes de Pízzá Hut, Lince, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

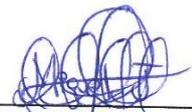
El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumentos de recolección de datos

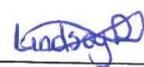
Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente.

  
Gutiérrez López, Dina Fabiola  
D.N.I: 75580862

  
Jáuregui Ortiz, Miguel Ángel  
D.N.I: 70104485

  
Osorio Baca, Juan Daniel  
D.N.I: 76124667

  
Ramos Guerra Lindsay, Briggete  
D.N.I: 70834306

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "Las Cualidades del Servicio de Atención al Cliente en los restaurantes, Pasa HUT, UNICE, 2019"**

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE : Calidad							
	Dimensión 1: Nivel de Servicio							
	$Ns = \frac{Pv}{Pv + Po} \times 100 \%$	/		/		/		
	Dimensión 2: Nivel de Satisfacción							
	$Nst = \frac{Pe}{Pe + Pd} \times 100 \%$	/		/		/		
	Dimensión 3: Eficacia							
	$E = \frac{Ra}{Ro} \times 100 \%$	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay

Opinión de aplicabilidad:     Aplicable     No aplicable después de corregir     No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Delgado Rentería, Max. Iván    DNI: 92917804

Especialidad del validador: Centros de procesos y operaciones

... de ... del 2019

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....  
 Firma del Experto Informante.

- Anexo 10

